

ABSTRAK

Gilman Mahran (1199240069). “Pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan *provider* (Penelitian Pada Pengguna *Provider* Telkomsel di Wilayah Kelurahan Margasari Kecamatan Buahbatu Kota Bandung)”

Penelitian ini dilatar belakangi karena adanya pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan *provider* telkomsel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan *provider* Telkomsel pada pengguna Telkomsel di wilayah Kelurahan Margasari Kecamatan Buahbatu Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif persuasif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan teknik purposive sampling, berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti yaitu Pengguna *Provider* Telkomsel Di Wilayah Kelurahan Margasari Kecamatan Buahbatu Kota Bandung. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji-t (parsial), Uji-F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 27

Hasil penelitian ini menemukan bahwa: 1) *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,737 > 1,987$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 2) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,053 > 1,987$ dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. 3) *brand image* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat terlihat dari uji F (simultan) bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $28,399 > 3,10$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil *adjusted R square* ditemukan bahwa pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dapat dijelaskan sebesar 39,5% sedangkan sisanya sebesar 60,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan